

Bias

by Nanik Kholifah

Submission date: 27-Dec-2022 07:42AM (UTC+0700)

Submission ID: 1986792579

File name: REV_2_-_2020_bias_konfirmasi.doc (242.5K)

Word count: 4557

Character count: 29839

Bias Konfirmasi terhadap Perilaku Berbohong

*Fiqhiyatun Naja*¹⁾

Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan
Email: fiqhiyatunnaja10@gmail.com

*Nanik Kholifah*²⁾

Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan
Email: nanikkholifah@yudharta.ac.id

Abstract. The spread of fake news in Indonesia is now increasingly widespread, especially through social media, many negative impacts have been caused from the spread of fake information. Fake information can defame the reputation of others, cruelslander, fighting between groups, and disrupt national disintegration and even disrupt national security stability. Confirmation bias is one of the reasons why someone conducts or disseminates fake information, where individuals tend to only seek and receive information that is in accordance with their thoughts and ignores different opinions that might be true facts. This study aims to measure the effect of confirmation bias on lying behavior that is prevalent around us. The sample in this study was the millennial generation of social media users who are members of the PMII Pasuruan organization of 80 members, the samples were taken by purposive sampling technique. Data collection used a lying behavior scale and a confirmation bias scale compiled by the researchers using Likert answer method. The data were then analyzed using One Predictor Linear Regression Analysis. The results of data analysis resulted r value of 0.102228 with a significance value of 0.286. This shows that there is no significant correlation between confirmation bias and lying behavior.

Keywords: Behavior Lying, Confirmation Bias, Social Media.

Abstrak. Penyebaran berita bohong di Indonesia kini semakin meluas terutama melalui sosial media, banyak dampak negatif yang telah ditimbulkan dari penyebaran informasi bohong, kebohongan informasi dapat mencemarkan reputasi pihak lain, fitnah yang kejam, adu domba antar kelompok, dan mengacaukan disintegritas bangsa bahkan mengganggu stabilitas keamanan nasional. Bias konfirmasi menjadi salah satu penyebab seseorang melakukan atau menyebarkan informasi bohong, dimana individu cenderung hanya mencari dan menerima informasi yang sependapat dengan pemikirannya serta mengabaikan opini yang berbeda yang mungkin saja adalah fakta yang sebenarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur adanya pengaruh bias konfirmasi terhadap perilaku berbohong yang marak terjadi di sekitar kita. Sampel pada penelitian ini adalah generasi milenial pengguna sosial media yang tergabung dalam organisasi PMII Pasuruan yang berjumlah 80 anggota, sampel diambil dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan skala perilaku berbohong dan skala bias konfirmasi yang disusun oleh peneliti dengan menggunakan

metode jawaban Likert. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Satu Prediktor. Hasil analisa data menghasilkan nilai r hitung sebesar 0,102228 dengan nilai signifikansi sebesar 0,286. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara bias konfirmasi dengan perilaku berbohong.

Kata Kunci: Perilaku Berbohong, Bias Konfirmasi, Media Sosial

Beberapa belakangan ini warga pada Indonesia selalu disuguhkan tentang adanya liputan dan isu tentang kebohongan yang berujung di saling berdebat. informasi dusta menyebar dengan sangat cepat melalui media sosial. Selain dikarenakan rendahnya daya pikir warga dalam menerima berita tanpa mencermati dari sudut pandang lain, masyarakatlah yang berpartisipasi dalam penyebaran informasi palsu karena mereka percaya bahwa informasi yang mereka terima relevan dengan opini mereka

Berdasarkan data Kemenkominfo, (2016) yang diterbitkan oleh CNN Indonesia menyatakan ada sekitar 800.000 website di Indonesia yang dilaporkan menyebarkan informasi palsu serta ujaran kebencian. Wawan Purwanto selaku Direktur Informasi dan Komunikasi Badan Intelijen Negara (BIN) menyebutkan jika berita bohong (*Hoax*) sudah mencapai 60% konten media sosial di Indonesia (Kompas, 2018).

Tercatat dalam data penelitian yang pernah dilakukan oleh *DailySocial.id* yang

melakukan kerja sama dengan *Jakpat Mobile Survey Platform* (2018), setidaknya ada 3 (tiga) aplikasi jejaring sosial yang paling banyak dipergunakan digunakan untuk menyebar luaskan berita bohong (*hoax*) yaitu Facebook sebesar 82,25%; WhatsApp sebesar 56,55%; dan Instagram sebesar 29,48%. Dari 2.032 responden yang sudah terlibat dalam penelitian ini tercatat sebanyak 44,19%. Responden mengakui bahwa mereka tidak percaya bahwa mereka cukup andal untuk mendeteksi berita bohong. Sedangkan sisanya, 51,03% responden memilih untuk diam dan tidak percaya saat menemukan konten berita bohong (*hoax*).

Gunawan dan Ratmono (2018) menjelaskan bahwa dampak berita bohong yang sudah disebar oleh pelaku kebohongan dapat mengacaukan masyarakat dan tidak hanya dijagat maya, melainkan juga di kehidupan nyata, bahkan mengancam disintegritas bangsa, dan dapat mengganggu stabilitas keamanan nasional. Masalah penyebaran *hoax* kini menjadi

permasalahan yang sangat serius di tanah air, hal ini dikarenakan dampak negatif yang begitu besar dari penyebaran berita bohong tersebut. Berita *hoax* akan menimbulkan opini negative dan fitnah. Orang yang menyebarkan berita bohong dapat mengancam orang dan merugikan pihak yang diberitahu, dapat merusak reputasi dan menyebabkan kerugian harta benda, dll. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku berbohong antara lain bias konfirmasi, kecenderungan untuk mejunjung tinggi pendapatnya sendiri, mengabaikan informasi yang sebenarnya, dan tidak suka mendengarkan pendapat orang lain yang bertentangan dengan sudut pandangnya.

Phung & Marbun dalam Alfi Novia (2014) menunjukkan bahwa bias konfirmasi pada diri seseorang menyebabkan subjek data memilih dan lebih memperhatikan informasi yang mendukung pandangannya, sementara mengabaikan informasi yang bertentangan dengan pendapatnya.

Bias konfirmasi tersebut membuat seseorang tertarik untuk mendengar hipotesis atau pendapat yang relevan dengan idenya, sehingga mereka akan mempertimbangkan informasi yang hanya relevan dengan pendapat pribadinya.

Menurut Ronson (2013) saat dihadapkan bukti yang bertentangan dengan keinginan mereka, mereka akan secara aktif mengabaikan atau menolaknya, hal itu sangat menghalangi kemampuan seseorang untuk menemukan kebenaran. Oleh sebab itu mereka akan memilih serta membagikan informasi yang mereka inginkan, meskipun itu berita palsu.

Hal tersebut juga dijelaskan oleh Allcot & Getzkow (2017) dalam Gunawan & Ratmono (2018) bahwa seseorang akan mempertahankan dan tetap menyebarkan informasi yang sesuai dengan gagasan yang mereka yakini meski hal tersebut merupakan kebohongan. Bias konfirmasi mencoba mengelabui orang agar mengabaikan atau menyembunyikan fakta atau argumen yang bertentangan dengan keyakinan mereka. (Edwards & Smith, 1996; Kunda, 1990 dalam Wade & Travis, 2016). Jadi seseorang bisa dikatakan berbohong dengan menyembunyikan kebenaran hanya karena tidak setuju dengan argumennya.

Dalam sebuah penelitian yang berjudul "*The Spreading of Misinformation Online*" (Washington Post, 2014) Dia

mengatakan, bias konfirmasi tidak hanya membatasi pikiran, tetapi juga dapat memicu penyebaran berita palsu. Dalam melakukannya, seseorang cenderung untuk terus mencari informasi yang menegaskan keyakinan. Di satu sisi, dia menutup matanya terhadap informasi lain yang bertentangan dengan keyakinannya. Thomas Gilovich (1993) menyatakan bahwa bias konfirmasi memudahkan orang mengingat informasi baru untuk mendukung apa yang mereka yakini sampai sekarang, dan dengan cepat secara tidak sadar melupakan dan mengabaikan informasi atau fakta baru yang menyangkal keyakinan tersebut.

Oleh sebab itu karena kepercayaan yang telah dimiliki sebelumnya seseorang tidak akan dengan mudah menerima informasi yang berbeda dari pendapat mereka, meskipun informasi tersebut benar. Mereka lebih cenderung memegang keyakinan yang sudah mereka miliki dan membaginya dengan orang lain, bahkan jika itu bohong.

Banyaknya penyebaran konten kebohongan yang didasari pendapat pribadi, maupun kecenderungan seseorang yang hanya menyukai informasi yang sesuai dengan pandangan atau opini pribadi, serta hanya menerima informasi

yang sesuai dengan preferensi mereka yang akhirnya menimbulkan berita bohong berantai, maka perlu adanya kajian penelitian mengenai “Pengaruh Bias Konfirmasi Terhadap Perilaku Berbohong”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh bias konfirmasi terhadap perilaku berbohong yang terjadi di tengah masyarakat. Secara teoritis, penelitian ini dilakukan dengan harapan untuk meningkatkan wacana dan perkembangan bagi ilmu psikologi serta dapat menambah wawasan bagi pembaca mengenai bias konfirmasi sebagai faktor penyebab perilaku berbohong. Dan secara praktis diharapkan semoga hasil penelitian ini bisa menyumbangkan pemikiran terhadap masyarakat dalam mengatasi bias konfirmasi dan mencegah perilaku berbohong yang dipengaruhi oleh bias tersebut.

Perilaku Berbohong

Morissan (2013) menyatakan bahwa kebohongan merupakan dengan sengaja memanipulasi informasi, perilaku, dan citra diri untuk tujuan mengarahkan orang lain ke keyakinan

atau kesimpulan yang salah. Kholil Misbach dalam Aunillah (2011) menjelaskan bahwa berbohong itu berbahaya dan salah satu jenis kejahatan yang paling menular. Artinya, seiring waktu tertentu hamper dapat dipastikan seseorang berbohong, baik disengaja maupun tidak disengaja. Karena berbohong merupakan perbuatan tercela yang kemungkinan besar terjadi pada semua manusia, sehingga berbohong sendiri memiliki banyak bentuk dan makna.

Lebih lanjut Imam Nawawi dalam Aunillah (2011) juga menjelaskan bahwa berbohong adalah mengatakan sesuatu, tetapi tidak benar kebenarannya, baik sengaja maupun tidak, maka hukumnya adalah kejahatan. Namun tidak ada yang salah dengan orang yang tidak sengaja melakukannya.

Peterson (1995), Zuckerman, Depaulo & Rosental (1981) dalam Gani (2016) mendefinisikan berbohong sebagai suatu Tindakan (ekspresi/kata/tindakan) tanpa pemberitahuan terlebih dahulu dengan tujuan untuk mengubah posisi keyakinan seseorang. Ekman (2009) mendefinisikan berbohong sebagai keadaan dimana seseorang dengan sengaja menipu orang lain tanpa peringatan dan

tujuan secara eksplit mengharuskan mereka untuk melakukannya.

Faktor-faktor Berbohong

Aunillah (2011) menyatakan jika ada beberapa Faktor yang membuat seseorang berbohong. Setidaknya ada 4 (empat) penyebab utama yang membuat seseorang berbohong. Beberapa faktor tersebut antara lain:

1. Faktor Kepribadian

Ada beberapa orang yang memiliki sifat pembohong. Namun faktor ini juga tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan dipengaruhi oleh faktor lain, seperti keluarga, trauma dan pengalaman yang tak terlupakan. Dalam penelitian psikologi, orang yang memiliki kebiasaan berbohong seringkali sangat pandai membuat cerita fiksi sebagai sarana untuk menghilangkan kebohongannya. Ini disebut mitomania. Orang dengan mythomania memiliki kecenderungan kuat untuk berbohong kepada orang lain. Kebohongan yang mereka ceritakan melalui cerita hanya dilakukan untuk mendapatkan perhatian orang-orang di sekitar mereka.

Ada juga yang memiliki kepribadian normal, tetapi lebih mudah berbohong. Orang yang cenderung

berbohong atau berpura-pura merupakan seseorang yang lebih suka memanipulasi segala sesuatu disebut dengan sosok kepribadian yang manipulatif.

Tidak hanya itu, mereka juga lebih memperhatikan penampilan, baik secara psikis maupun fisik, serta lebih mudah bersosialisasi dengan orang lain. Kebiasaan ini dipandang sebagai cara untuk membantu usaha agar kebohongannya berjalan dengan lancar.

2. Faktor Sosial

Perbuatan berbohong yang telah dilakukan berdasarkan faktor sosial bisa terjadi pada siapa saja. Ada beberapa situasi di mana seseorang harus melakukan kebohongan. Dalam hal ini dikatakan bahwa dia adalah pembohong. Mengapa, karena kebohongan yang dibuat pada dasarnya adalah reaksi terhadap masalah yang terjadi di sekitarnya, hingga memaksanya untuk berbohong.

3. Faktor Manfaat

Seseorang bisa berbohong jika dia memiliki keuntungan dari kebohongan seperti itu. Sehingga bagi pelakunya, kebohongan digunakan sebagai alat untuk memperoleh sesuatu yang bernilai dan bermanfaat bagi diri sendiri. Aspek kemaslahatan ini mengandung arti bahwa

selama ada manfaat yang diperoleh, kemungkinan besar ia akan berbohong. Hal ini dilakukan oleh seseorang dengan bias konfirmasi dalam sebuah penelitian yang disebut "The Spreading Of Misinformation Online" yang dijelaskan oleh Walter Quattrociocchi (Washington Post, 2016), bias konfirmasi ini mengaktifkan informasi salah (bohong). Dimana menurut Andrew (CNN, 2017) ketika mereka memiliki bias konfirmasi, mereka cenderung menyukai dan berbagi. Ketika mereka melihat sesuatu yang sesuai dengan pemikiran mereka. Tindakan seperti ini pada dasarnya merupakan hal yang manusiawi, meskipun juga tidak dibenarkan. Ada beberapa aspek seseorang melakukan kebohongan. Beberapa aspek tersebut, antara lain:

- a. Kepentingan pribadi yang menguntungkan. Hal ini biasanya dilakukan oleh para pengusaha nakal yang selalu berusaha mencari keuntungan melalui manipulasi.
- b. Membangkitkan respons emosional tertentu yang diinginkan. Kebohongan jenis ini sering dilakukan oleh orang-orang yang menyukai pujian.
- c. Melindungi dari ketidaksetujuan. Perasaan tidak setuju tetapi tidak

- memiliki keberanian untuk mengungkapkan perasaan tersebut menyebabkan seseorang berpura-pura setuju.
- d. Berbohong untuk melindungi diri dari rasa malu, kehilangan muka, atau nasib buruk.
 - e. Perlindungan terhadap ketidaknyamanan. Merasa kesal tetapi tidak mempunyai keberanian mengungkapkan perasaannya itu juga bisa membuat seseorang untuk berbohong.
 - f. Agar tampak lebih baik dari yang sebenarnya.
 - g. Mendapat keuntungan pribadi.
 - h. Membantu untuk memperoleh informasi yang diinginkan.
 - i. Membantu mendapatkan apa yang diinginkan.
 - j. Demi orang lain.

Indikator Berbohong

Menurut Buller dan Burgoon dalam Morissan (2013) bagian kebohongan meliputi:

- a. *Falsification* atau memalsukan. Dalam hal ini, seseorang menyebarkan informasi yang salah dengan membuat cerita atau

fiksi lain yang tidak sesuai dengan kebenaran.

- b. *Concealment* atau menyembunyikan. Dalam hal ini, tidak semua fakta diberikan atau beberapa fakta disembunyikan.
- c. *Equivocation* atau kebingungan. Seseorang yang dengan sengaja menyembunyikan atau membingungkan pernyataannya sendiri untuk menciptakan ambiguitas.

Bias Konfirmasi

Menurut Blount (2017) bias konfirmasi adalah kecenderungan untuk mengandalkan keyakinan seseorang dan mencari informasi hanya mendukung sudut pandang seseorang, sementara mengabaikan bukti lain yang bertentangan dengan keyakinannya. Rolf Dobelli dalam Assad (2017) juga menjelaskan confirmation bias (bias konfirmasi), merupakan kecenderungan orang untuk menafsirkan informasi baru agar sesuai dengan teori dan keyakinan yang ada, dengan kata lain kita menolak informasi baru yang bertentangan dengan apa yang diyakini.

Confirmation bias (bias konfirmasi), yaitu bias keputusan disebabkan oleh kecenderungan seseorang untuk

mencari bukti yang menegaskan keyakinannya. Bias konfirmasi menyebabkan seseorang menerima atau menolak kebenaran suatu pernyataan, bukan berdasarkan kekuatan argumentasi yang mendukung pernyataan tersebut tetapi pada sejauh mana pernyataan tersebut sesuai dengan ide-ide yang telah ditetapkan. (Kassin dalam Sulistiawan, 2013).

Indikator Bias Konfirmasi

Marbun dalam Alfi Novia (2014) memaparkan ada beberapa indikator dalam bias konfirmasi. Pertama, tidak suka mendengar pendapat orang yang bertentangan dengan pendapat mereka sendiri. Kedua, menggunakan informasi yang diberikan oleh seseorang yang setuju dengan ide-idenya sebagai bahan pertimbangan. Ketiga, lebih memperhatikan masukan atau pendapat orang yang setuju dengan sudut pandang Anda. Keempat, mereka cenderung mengabaikan informasi yang tidak sesuai dengan pemahamannya.

Pengaruh Bias Konfirmasi Terhadap Perilaku Berbohong

Perilaku berbohong dipengaruhi oleh bias konfirmasi. Bias konfirmasi merupakan proses pembuatan keputusan dimana

seseorang akan mencari bukti yang memperkuat dan mengabaikan pencarian informasi yang melemahkan (Basyaib, 2006).

Jika kecenderungan semacam itu terlibat dalam pembuktian sesuatu, jelas akan menghambat proses pencarian bukti nyata. Dimana seseorang memilih untuk berbohong dengan mengatakan sesuatu yang berbeda atau bertentangan dengan apa yang dirasakan hati, saat mencari informasi untuk memperkuat kecurigaan seseorang terkadang terjadi proses pencampuran kebenaran dengan kebohongan (Hamka, 2017). Bias konfirmasi menyebabkan seseorang memilih setengah dari kenyataan, yang kemudian disimpan, dimana sebuah proses yang didasarkan pada konvisi psikologis, yang memberi seseorang hak untuk menjadi benar dan perasaan ini tidak didasarkan pada penilaian logis atas fakta dan kebenaran (Myrvang, 2017).

Jika seseorang mempertahankan fakta yang tidak valid dan masih merasa benar, itu secara alami mendorong individu ke dalam perilaku manipu di mana individu akan selalu menentang pendapat orang lain dengan

mengatakan pernyataan-pernyataan tambahan yang sekiranya membantah pendapat lain. Seperti yang dikatakan Abdulwaly (2015) salah satu cara orang berbohong adalah dengan melebih-lebihkan informasi. Meskipun ini adalah informasi yang tidak berdasarkan fakta (kebenaran), itu semua omong kosong dan kebohongan yang bahkan mengandung fitnah (Sopian, 2016).

penelitian ini dilakukan agar mengetahui pengaruh bias konfirmasi terhadap perilaku berbohong. Berikut perumusan hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh bias konfirmasi pada perilaku berbohong.

Metode

Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) yakni, variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel terikat penelitian ini merupakan perilaku berbohong yaitu tindakan yang berupa menyembunyikan, menghilangkan dan memalsukan dengan melebih-lebihkan serta mengurangi suatu cerita atau informasi. Sedangkan variabel bebas penelitian ini adalah bias konfirmasi yaitu kecenderungan untuk mencari informasi yang hanya sesuai dengan keyakinan atau

gagasannya serta mengabaikan, dan membuang pernyataan yang bertolak belakang atau berbeda dengan opininya.

Subyek Penelitian

Subyek penelitian dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu peneliti menentukan sampel dengan memilih ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini kriteria atau ciri-ciri pengambilan sampel oleh peneliti adalah generasi millennial yaitu generasi yang tahun kelahirannya antara tahun 1980-an hingga 2000-an, dimana menurut Eko Nugroho (2016) generasi milenial adalah generasi yang paling rentan terhadap bahaya penipuan (hoax) atau berita bohong (Kemkominfo, 09/01/2017). Sampel dalam penelitian ini juga harus tergabung dalam organisasi PMII dan mereka adalah pengguna sosial media. Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti mengambil 10% dari populasi yang berjumlah 800 anggota yaitu 80 anggota PMII Pasuruan.

Instrument Penelitian

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan model Likert dengan metode skala psikologis. Pada penelitian ini, skala yang diajukan ada

dua, yakni skala perilaku berbohong (Y) dan skala bias konfirmasi (X). Skala perilaku berbohong terdiri dari 34 item pernyataan yang menggambarkan 3 karakteristik dari perilaku berbohong yaitu:

- 1) menyembunyikan informasi;
- 2) menghilangkan informasi;
- 3) memalsukan.

Sedangkan skala bias konfirmasi terdiri dari 25 item pernyataan yang menggambarkan 3 karakteristik dari bias konfirmasi yaitu:

- 1) mencari informasi;
- 2) membangun keyakinan;
- 3) mengabaikan pendapat yang berbeda.

Prosedur penilaian untuk skala ini adalah dengan menggabungkan semua skor semua item, skor tertinggi menunjukkan perilaku bebohong dan sikap bias konfirmasi tertinggi. Skala perilaku berbohong mempunyai reliabilitas 0.883, dan skala bias konfirmasi mempunyai reliabilitas 0.80. sedangkan validitas kedua skala tersebut adalah nilai isi, dimana pada saat menyusun skala, item yang dipilih adalah item yang mencerminkan perilaku berbohong, dan bias konfirmasi pada umumnya dengan indeks berkisar antara 0.31-0.6.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada analisis data kuantitatif (numerik) yang dikumpulkan dengan metode pengukuran dan diolah dengan metode analisis statistik (Azwar, 2017). Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan regresi kuantitatif prediktor tunggal. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen atau kriteria dapat diprediksi oleh variabel independen atau prediktor secara individual.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik *Analisis Regresi Linear Satu Prediktor* karena hanya menggunakan satu variabel X, teknik ini digunakan untuk: (1) Memberi dasar untuk mengadakan prediksi; (2) Memberi dasar untuk masuk ke pembahasan tentang analisis kovarians.

Dalam analisis Regresi ada beberapa tugas pokok yang harus dipenuhi antara lain:

1. Mencari korelasi antara kriteria dan prediktor
2. Menguji apakah korelasi itu signifikan atau tidak dengan cara dikonsultasikan dengan table r (r-tabel)
3. Mencari persamaan umum (garis regresi).
4. Menemukan kontribusi relatif antara prediktor terkait jika ada lebih dari satu

Langkah-langkah dalam menganalisa data pada penelitian ini dengan menggunakan analisa regresi adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung Korelasi Antara Kriterion dan Prediktor Rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2) (\sum y^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi
 $\sum xy$ = Jumlah perkalian X dan Y
 $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat X
 $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat Y

- b. Menghitung Koefisien Determinan Rumusnya sebagai berikut:

$$R^2_{xy} = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

- c. Menghitung Dan Membuat Persamaan Garis Regresi Rumus untuk menghitung Analisis Regresi yakni sebagai berikut:

$$Y = aX + K$$

Keterangan:

- Y = Kriterion
a = Bilangan koefisien prediktor
X = Prediktor
K = Bilangan konstanta

5. Menghitung Analisa Varians Regresi Dengan Menggunakan Rumus Skor Kasar Dengan Satu Prediktor

Analisa varians regresi satu prediktor dengan menggunakan skor kasar dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Tabel Regresi Satu-Prediktor dengan Rumus Kasar

Sumber Variasi	Db	JK	RK	Freg
Regresi (reg)	1	$a \sum XY + K \sum Y - \frac{(\sum Y)^2}{N}$	$\frac{JK_{reg}}{db_{reg}}$	$\frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$
Residu (res)	$N - 2$	$\sum Y^2 - a \sum XY - K \sum Y$	$\frac{JK_{res}}{db_{res}}$	-
Total (T)	$N - 1$	$\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$	-	-

Adapun tingkat signifikansi menurut Kaidah Uji Hipotesa Alternatif Penelitian (KUHP) konvensional adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{reg} \geq F_{tabel 1\%}$ dinyatakan valid
2. Jika $F_{reg} \geq F_{tabel 5\%}$ atau $F_{tabel 5\%} \leq F_{hitung} < F_{tabel 1\%}$ dinyatakan signifikan
3. Jika $F_{reg} < F_{tabel 5\%}$ dinyatakan non signifikan.

Tabel 2. Perumusan Menurut KUHP

No	Kondisi Statistik	Lap. Komputer	Taraf Signifikan
1	$Sh/So > Sr 1\%$	$p < 0.01$	Sangat Signifikan
2	$Sh/So > Sr 5\%$	$p < 0.05$	Signifikan
3	$Sh/So < Sr 5\%$	$p > 0.05$	Non Signifikan

Hasil

Penelitian ini mengenai pengaruh bias konfirmasi terhadap perilaku berbohong dilaksanakan dengan 80 anggota PMII Aktif. Berikut deskripsi dari hasil penelitian. Dari hasil perhitungan menggunakan analisis regresi linear satu predictor diperoleh nilai-hitung sebesar 0.10222

dan hasil ini dinyatakan tidak signifikan karena r -hitung lebih kecil dari r -tabel 1% yang sebesar 0.286.

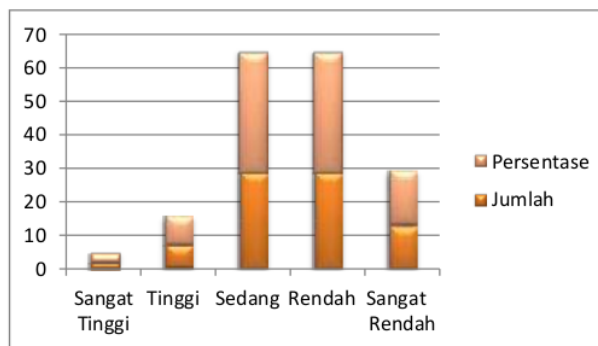
Dari 80 anggota organisasi PMII, data yang dihasilkan melalui perhitungan standar norma deviasi diperoleh 5 (lima) kategori kelompok yakni, sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah, yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3. Data Perilaku Berbohong Berdasarkan Kriteria

Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
$84.995 < X$	Sangat Tinggi	2	2.50%
$73.67 < X \leq 84.995$	Tinggi	7	8.75%
$62.33 < X \leq 73.67$	Sedang	29	36.25%
$51 < X \leq 62.33$	Rendah	29	36.25%
$X \leq 51$	Sangat Rendah	13	16.25%

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa sebagian besar responden melakukan perilaku berbohong yang tergolong sedang dan sebagian yang lain berada dalam

kategori rendah. Hal ini ditunjukkan dengan hasil persentase tertinggi sebesar 36.25%. untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram persentase berikut ini:



Gambar 1. Diagram Penilaian Perilaku Berbohong Berdasarkan Kriteria

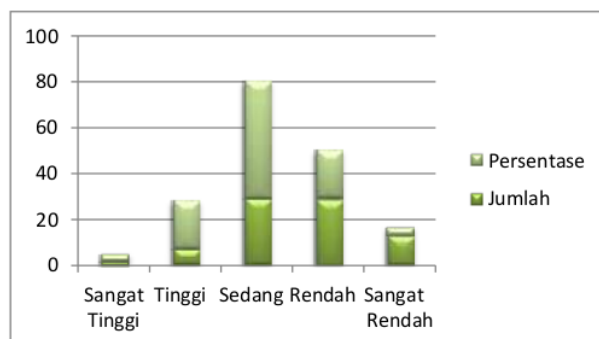
Tabel 4. Data Bias Konfirmasi Berdasarkan Kriteria

Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
$62.47 < X$	Sangat Tinggi	2	2.5%
$54.16 < X \leq 62.47$	Tinggi	7	21.25%
$45.9 < X \leq 54.16$	Sedang	29	51.25%
$37.5 < X \leq 45.9$	Rendah	29	21.25%
$X \leq 37.5$	Sangat Rendah	13	3.75%

Berdasarkan table 4 diatas, maka dapat dilihat bahwa sebagian besar responden melakukan bias konfirmasi yang tergolong sedang. Hal ini

ditunjukkan dengan hasil persentase responden tertinggi sebesar 51.25% untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram persentase berikut:

Bias Konfirmasi terhadap Perilaku Berbohong



Gambar 2. Diagram Penilaian Bias Konfirmasi Berdasarkan Kriteria

Dari hasil perhitungan menggunakan analisis regresi linear satu predictor diperoleh nilai r-hitung sebesar 0.10222 dan hasil ini dinyatakan tidak signifikan karena r-hitung lebih kecil dari r-tabel 1% yang sebesar 0.286.

Tabel 5. Hasil Ringkasan Analisis Regresi

Sumber Variasi	Db	JK	RK	Freg	Ftab 1%
Regresi (reg)	1	439330.8158	439330.8158	-1.018	6.97
Residu (res)	78	-431256.9283	-431334.9283		
Total (T)	79	8073.8875			

Dari hasil uji analisis satu Prediktor diperoleh Freg sebesar -1,018 dengan db 1 lawan 78 diperoleh F-tabel yakni 1% sebesar 6,97. Oleh karena itu F-hitung < F-tabel 1% sehingga hasil penelitian dinyatakan non signifikan. Artinya tidak ada pengaruh Bias Konfirmasi (X) terhadap Perilaku Berbohong (Y) pada anggota PMII di Pasuruan. Dengan demikian

hipotesa yang berbunyi ada pengaruh Bias Konfirmasi terhadap Perilaku Berbohong, ditolak.

Diskusi

Dengan kondisi lingkungan yang berbeda, maka berbeda pula pengamatan dan pengalaman yang diterima oleh individu. Banyak faktor

yang mempengaruhi perilaku berbohong pada seseorang, akan tetapi dari perhitungan statistik menunjukkan bahwa antara bias konfirmasi dengan perilaku berbohong tidak ada korelasi yang signifikan.

Perilaku berbohong bukan hanya dipengaruhi oleh bias konfirmasi saja melainkan banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang berbohong. Hal ini juga dibahas oleh Quattrocchi & Bessi (*Washington Post*, 2016) bahwa sebenarnya bias konfirmasi adalah kecenderungan alami dalam otak manusia. Hanya saja, media sosial yang memungkinkan seorang individu dengan mudahnya mengkurasi konten sesuai apa yang mereka inginkan, seolah-olah memanjakan bias ini. Artinya, ketika tidak ada faktor dari luar yang memprovokasi maka bias konfirmasi tidak akan membuat seseorang untuk melakukan tindakan kebohongan. Sesuai seperti yang dikatakan oleh Francois Matarasso (2013) bahwa manusia mampu untuk mengendalikan pikiran mereka sendiri untuk tidak melakukan omong kosong.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan psikolog *National institute of Mental*

Health dalam Novel (2014) bahwasanya kebohongan terjadi bukan hanya karena satu faktor melainkan banyak faktor yang mengakibatkan seseorang berbohong, diantaranya diakibatkan karena kurang percaya diri atau percaya diri rendah, mencari sensasi dan popularitas, menghindari tanggung jawab, gengsi atau pamer serta untuk menjaga harga diri, untuk menjaga harga diri agar tidak dihina maupun diremehkan orang lain, seseorang terkadang melakukan kebohongan, hal ini mengacu pada *self protection*, sama seperti alasan takut dimarahi atau disalahkan.

Melissa Grace (*Kompasiana*, 2018) juga memaparkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berbohong, diantaranya untuk lari dari tanggung jawab, untuk meningkatkan *image* atau konsep diri, untuk mendapatkan pengakuan sosial atau membuat kesan pada orang lain, atau berbohong sudah merupakan kebiasaan untuk meningkatkan perasaan berharga terhadap diri sendiri, dalam hal ini subyek menyadari bahwa ia berbohong namun tidak sanggup menghentikan kebiasaannya.

Menurut G. Stanley Hall dalam Hamka (2017) kebohongan juga dapat dipengaruhi oleh faktor penyakit kebohongan, dimana orang semacam ini butuh perhatian dengan selalu melebih-lebihkan kata-kata sehingga orang tertarik mendengarnya dan kagum. Stanley juga mengatakan bahwa kesombongan dan keangkuhannya membuat kata-katanya dilebih-lebihkan, sehingga orang-orang tertarik padanya. Lebih lanjut Stanley menjelaskan bahwa kebohongan juga terjadi karena mementingkan diri sendiri. sebab pelaku dusta (pembongong) hanya mementingkan diri sendiri, hingga melupakan untuk berkontribusi pada masyarakat. Semua keburukan dan menciptakan kondisi untuk kebohongan berkembang untuk menutupi dosa, atau agar konsekuensinya tidak menimpa diri mereka sendiri.

Hal itu juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Ferriani dalam Hamka (2017) bahwa ketakutan membawa seseorang berdusta (berbohong) karena mementingkan diri sendiri. mungkin jauh lebih tercela, dan itu adalah kebohongan yang rendah hati, kebohongan yang tercela dan kebohongan yang pengecut, rasa takut tersebut juga membawanya kepada

bohong karena mempertahankan kehormatan, kebohongan, kebohongan arogan, atau kebohongan karena ingin mendapatkan sesuatu dari orang lain. Juga bisa membuatnya berbohong karena kemalasan. Namun, sangat sedikit orang yang mendorongnya untuk berbohong karena kecemburuan, iri hati dan balas dendam. Ferriani juga mengungkapkan bahwa keinginan menyebabkan seseorang berdusta (berbohong) karena cinta atau benci.

Buller dan Burgoon dalam Morissan (2013) juga mengatakan bahwa orang seringkali menghadapi situasi dimana mereka harus berbohong dikarenakan menahan diri untuk tidak menyakiti atau menyinggung perasaan orang lain, menekankan kesombongan, menghindari konflik, mempercepat atau memperlambat suatu hubungan. Morissan (2013) juga menjelaskan faktor yang mempengaruhi proses berbohong adalah tingkat motivasi dan keterampilan berbohong. Ketika motivasi untuk berbohong tinggi, keinginan untuk berbohong lebih besar daripada kecemasan ketahuan. Morissan juga menambahkan bahwa sebagian individu lebih ahli berbohong daripada yang lain karena

dapat berperilaku lebih luas, yaitu mereka lebih mampu bersandiwara. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Semrad, Paterson, & Maccann (2015) yang memaparkan bahwa semakin banyak motivasi untuk berbohong, maka semakin kuat dan semakin sering pula penipuan terjadi.

Dalam Novel (2014) dijelaskan bahwa berbohong juga dilakukan untuk mendapatkan tujuan yang baik, hal ini disebut *white lies*. Misal seorang anak yang memperlihatkan gambarnya kepada ibunya, ibunya pun berkata gambar itu bagus, meskipun pada kenyataannya gambar anak tersebut berantakan. Tetapi demi meningkatkan kepercayaan diri sang anak, ibunya berbohong. Dan menurut Psikolog Bella DePaulo dari University of California-Santa Barbara, hal ini masuk akal, dapat diterima, dan etis.

Sedangkan dalam penjelasan Gani (2016) kebohongan bisa terjadi dari faktor karakter, orang-orang yang penghindar (*Avoidant People*) cenderung berbohong agar bisa melindungi privasinya dari kekasihnya. Orang-

orang yang pecemas (*Anxious People*) cenderung berbohong agar bisa menjaga ikatan cinta dengan kekasihnya. Orang ekstrovert lebih sering berbohong dari pada orang-orang introvert, karena kebutuhan mereka untuk bersosialisasi dan diakui di lingkungan sosial (Kashy & DePaulo, 1996; Weiss & Fieldman, 2006).

Sedangkan dalam penjelasan Gani (2016) kebohongan bisa terjadi dari faktor karakter, orang-orang yang penghindar (*Avoidant People*) cenderung berbohong agar bisa melindungi privasinya dari kekasihnya. Orang-orang yang pecemas (*Anxious People*) cenderung berbohong agar bisa menjaga ikatan cinta dengan kekasihnya. Orang ekstrovert lebih sering berbohong dari pada orang-orang introvert, karena kebutuhan mereka untuk bersosialisasi dan diakui di lingkungan sosial (Kashy & DePaulo, 1996; Weiss & Fieldman, 2006).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, hipotesa peneliti ditolak, tidak ada korelasi yang signifikan, dimana bias konfirmasi tidak

berpengaruh terhadap perilaku berbohong. Jadi banyak faktor yang mempengaruhi perilaku berbohong, diantaranya karena menjaga harga diri, kepercayaan diri yang rendah, menghindari tanggung jawab serta faktor karakter seseorang maupun faktor kepribadian.

Saran

Karena anggota PMII terbukti mampu menyaring informasi yang datang serta dapat membentengi diri dari informasi yang mengandung kebohongan atau *Hoax*. Maka hal itu perlu diperkuat dengan cara para kader PMII dapat melakukan forum diskusi untuk mengkaji beberapa fenomena-fenomena atau isu-isu terkini yang dimasukkan dalam agenda mingguan maupun bulanan. Selain itu saat menjumpai kabar atau berita di media sosial yang bersifat singpangsiur, bernada provokatif dan berisi ujaran kebencian serta meresahkan, anggota PMII bisa menyampaikan keluhan yang tersedia di setiap platform media sosial, selain dapat membentengi diri kita dari berita bohong hal ini juga mampu

mengurangi penyebaran berita bohong atau *hoax*.

Referensi

- Abdulwaly, C. (2015). *Hati-Hati Dalam Berprasangka*. Jakarta: Abdulwaly.
- Assad, M. (2017). *Breakthrough*. Jakarta: Gramedia
- Aunillah, I. N. (2011). *Membaca Tanda-Tanda Orang Berbohong*. Jogjakarta: laksana
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi Edisi 11*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Basyaib, F. (2006). *Teori Pembuatan Keputusan*. Jakarta: Grasindo
- Blount, J. (2017). *Sales SQ How Ultra High Performers Leverage Sales Specific Emotional Intelligence to Close The Complex Deal*. Jakarta: Gramedia
- Ekman, Paul. (2009). *Mendeteksi Kebohongan*. Yogyakarta: Pustaka Buku
- Gani, H. (2016). *Mendeteksi Kebohongan*. Jakarta: Mediakita
- Gilovich, T. (1993). *How We Know What Isn't So: The Fability Of Human Reason In Everyday Life*. New York: The Free Press.
- Gunawan, B. & Ratmono. (2018). *Kebohongan di Dunia Maya*. Jakarta: Gramedia
- Hamka. (2017). *Bohong Di Dunia*. Jakarta: Gema Insani.

- Matarasso, F. (2013). Lying for Truth. *The Bush Theatre*, 1(11/13): 1-3
- Morissan. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Myrvang, M. (2017). *Bullying Confirmation Bias Tunnel Vision*. Norway: Ehandbooks.
- Novel, S. S. (2014). *Super Handbook For Perfect Lie Detector*. Jakarta: Grasindo
- Novia, A. (2014). *Aspek Bias Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Asuransi Jiwa (Studi Empiris Pada Pegawai Akademik UKSW [Skripsi tidak diterbitkan]*. Salatiga: Universitas Kristen Setya Wacana.
- Ronson, J. (2013). Confirmation Bias: After I learned about Confirmation Bias, I started seeing it everywhere, (Online), <https://www.academia.edu/people/search?utf8=%E2%9C%93&q=confirmation+bias> (diakses 4 april 2013)
- Sopian. (2016). *Public Relations Writing*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Sulistiawan, D. (2015). Reaksi Asimetri atas Sinyal Beli dan Jual Analisis Teknik: Pengujian Bias Konfirmasi Sebelum Pengumuman Laba. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 19(3), 400-408.
- Wade, C. & Tavris, C. (2007). *Psikologi Jilid 2 Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.

Bias

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

3%

★ docplayer.info

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Bias

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/100

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19
